

# Pinçamentos

Ideias apanhadas com pinça e pensadas...reproduzem-se.

Selecionar idioma ▾



QUARTA-FEIRA, 30 DE JUNHO DE 2021

## Interesse, o segredo do aprender



*Muitas palavras ditas não mostram as ideias...  
...escondem-nas...!!!*

### Uma questão a pensar:

A - As ideias **nascem** interessantes ? ou

B - **tornam-se** interessantes ?

Qual escolhem ??? ...Sem pensar muito...escolham "A" ou "B"...!!

PS - *Convém sempre sabermos qual é o nosso ponto de partida, isto é, qual é o nosso neurónio "activo".*

Todos sabemos que ensinar ideias interessantes dá boas aprendizagens, por isso os "pobres coitados" que têm que ensinar ideias não-interessantes têm uma vida profissional cheia de agruras. Esta é uma verdade "cientificamente" vivida e provada (?!?!?!).

Todavia, esta ideia bem "instalada" e aceite pertence aos mitos urbanos da cultura, pois difunde-se como alicerce base do ensinar/comunicar, orientando pais, professores, chefes, vendedores, casais, colegas,...

Na verdade esta "verdade", nascida deste mito, é uma armadilha que esconde o problema.

Não há ideias interessantes nem não-interessantes, pois o interesse não está nas ideias, mas "**está ou não está em quem as recebe**". Ou seja, elas provocarão significado atractivo e são interessantes, ou não provocarão e são não-interessantes.

### Exemplo:

Achariam esta ideia interessante e agradecer-vos-ia recebê-la a acompanhar a prenda de um amigo???

**Se não lêem chinês**, duvido que a achem interessante, e não se preocuparão mais com ela e desejam que o amigo "ganhe juízo"...isto é, **o vosso córtex ficou-lhe imune.**



Porém o vosso amigo, ou amiga, desejou-vos:

*Que milhares de bons presságios se juntem como uma nuvem  
e se combinem em cem tipos de felicidade e vos façam  
viver facilmente uma nova primavera com todos os desejos do vosso coração.*

Na verdade o interesse nasce no córtex do receptor pelo **impacto "interessável"** da mensagem recebida. Ensinar uma ideia com interesse para um aluno significa que, antes do ensino, o interesse já está instalado, ou seja, o trabalho principal do professor já foi feito por outrem ou, na sua falta, deve ser a sua primeira tarefa.

*PS - O interesse não nasce no cognitivo, no lógico, no moral,  
nos prémios-castigos, etc, nasce no afectivo.*

Uma ideia só se torna interessante se tem "repercussões atractivas" na mente de quem a recebe. Criar este efeito é o principal problema de quem ensina/fala/escreve.

Beijing, China, 1942

O interesse nasce da colagem do que é emitido à mente de quem recebe. Como a mente existe à priori, a ideia tem que ser veiculada de forma a se sintonizar com "**aquilo que já lá está**".

Exemplo:

**A-** A igualdade entre um vendedor e um professor.

Dizia o vendedor:

- *Com este carro, em 24 horas está em Paris !!!*

Dizia o cliente com ar infeliz:

- *Mas, eu não quero ir a Paris !!!*

Dizia o professor de Física:

- *Esta fórmula serve para calcular o tempo que leva a encher uma banheira a que se tirou a tampa.*

Dizia o aluno com ar espantado:

- *Porque é que não põem a tampa ???*

A ideia central do vendedor, que é ser um bom carro, não "entrou" na mente do comprador, logo não foi criada a relação significativa "distância-tempo-potência" com o seu valor, deste modo ele não aprendeu como o carro é bom, tornou-se um "mau comprador" e o carro não foi vendido.

A ideia central do professor que era mostrar a utilidade da fórmula apenas significou para o aluno a parvoíce da "conversa", assim ficou sem interesse no ensino e procurou outras aprendizagens.

A igualdade professor-vendedor é que ambos ensinam e ambos falham se não provocam interesse nos alunos e/ou compradores.

**B-** A diferença entre um vendedor e um professor.

Quando nas vendas o comprador não aprende, a conclusão "oficial" é que o comprador é inteligente e o vendedor vende mal, isto é, ensina mal o interesse do produto, portanto a CULPA é do vendedor e talvez seja despedido.

Quando na escola o aluno não aprende, a conclusão "oficial" é que o professor ensina bem e o aluno aprende mal, logo a CULPA é do aluno e talvez seja castigado e se torne repetente até "aprender bem".

[...tenho alunos sem geito para inglês...], teologicamente, isto significa que Deus trabalha bem porque esses alunos não nasceram em Inglaterra onde todos que lá nascem têm feito para inglês e os que nascem na China têm geito para chinês, etc. Esta "parvoíce" só significa o baralhar ensino e aprendizagem.

Quando nas vendas se o comprador não está interessado, a solução "oficial" é simples [...interesse-o, para isso é que lhe pago...!!"]

Quando na escola se o aluno não está interessado, a solução "oficial" é simples: "...ele é desinteressado, tratem-no, o professor é pago para ensinar...!!"]

Todavia, nas vendas, quando são os clientes que procuram o produto, tecnicamente chama-se "fornecer compras" e não se chama "vender". Um fornecedor de compras é menos qualificado que um vendedor e ganha menos. As máquinas que "vendem" cigarros não vendem cigarros, fornecem cigarros. Qualquer "fornecedor de compras" é substituível por uma máquina.

PS - O SMAS não vende água fornece água, na verdade, os SMAS's não têm vendedores de água, a água engarrafada já tem.

A diferença entre um professor e a Wikipédia é que nesta o interesse é prévio à consulta, assim a Wikipédia, Google, etc, são apenas "fornecedores de informação" mas a função central do professor não é fornecer informação é provocar o acolhimento e a integração dela.

A sua área não é ser "papagaio de informação" (com mais ou menos datashows), é ser facilitador dos alunos para a sua integração, o que tecnicamente se chama Pedagogia.

Nos tempos actuais, para fornecer informação ele tem um ajudante "barato", a internet, o livro, o computador, os colegas, etc.

Tem também ajudantes pré-instalados nos alunos que são o interesse e a curiosidade vitalícios mas podem estar *em coma*, adormecidos, distraídos, destruídos. Uma ferramenta útil para os usar são as perguntas, essa espécie de ginástica para os neurónios.

Mas cuidado há várias espécies de perguntas, entre elas "as que activam" e "as que desactivam":



Basicamente, há 3 tipos:

A - as perguntas muito "inteligentes" (perguntas indutivas) que provocam as respostas "estúpidas" SIM, NÃO, POIS, usadas em Tribunais para enquadrar testemunhas ou na TV para exibição do entrevistador.

B - as perguntas fast food "explicativas" (perguntas google) com significado standart para consumo imediato, tipo concurso cultural TV, ex "Hermengarda"... quem foi Hermengarda? e o Google responde, personagem do romance Eurico o Presbítero, de Alexandre Herculano.

C - as perguntas "incomodativas" (perguntas thunks) questões sedutoras, intrigantes, que nos afastam do

nosso trilho (vide Ian Gilbert), espécie de ginástica para os neurónios abalando a rigidez do pensar.

Quando vou ao Café ninguém me vende um café apenas me fornecem um. Todavia se me chamam a atenção para um bolo novo e me convencem a experimentar, então sim, vendem-me um bolo. Nos Cafés, os empregados não vendem cafés...fornecem cafés e vendem serviço de entrega.



"Terapia" num bar ???

Nos bons bares um barman não vende bebidas, fornece o solicitado e vende acolhimento, tipo terapia ao balcão. Num bar em Londres conheci um estudante português, com um part time nocturno como barman.

Em conversa, confessou-me que não percebia nada de bebidas nem de cocktails, mas tinha na retaguarda um ajudante para lhe dar isso.

Dizia que álcool e gelo eram iguais em todo o lado, o seu êxito estava no número de clientes que ficavam assíduos... eu, por exemplo, fiquei assíduo pois sempre que estava em Londres era um deles... e até me ensinou a "ler clientes" e a prever como agir.

## RESUMO

A diferença entre fornecer uma compra (ou informação) e fazer uma venda (ou ensinar) é que nesta última tem que existir criação de interesse, enquanto que na primeira o interesse já está criado.

Quer o professor, quer o vendedor são **técnicos de criação de interesse**.

**As ideias não possuem interesse em si próprias, ele aparece como consequência do modo como a sua transferência (comunicação) se faz, criando ou não uma "ponte" com o ouvinte.**

Este processo de transferência pode provocar três situações:

- 1 - estabelecer uma expectativa atractiva (curiosidade), originando o INTERESSE;
- 2 - criar uma expectativa negativa (repulsa) provocando ANTI-INTERESSE;
- 3 - ser neutra, não afectar (indiferença) surgindo DES-INTERESSE.

Um professor incapaz de criar interesse é como um vendedor que só sabe fornecer compras, ou um médico que só receita o que se pediu, ou pais que ensinam matando alegria de estar aprendendo.

Qualquer um deles é incompetente e prejudicial se não alterar o *modus faciendi*.

Na pedagogia há algumas regras simples:

**1º** - Fazer "**ancrage afectiva**" (*prender com anzol*), fazer "pstt...pstt...", isto é, activar a curiosidade por sintonias com o já existente, ex: [*dinossáurios, já pensaste numa galinha tamanho de um elefante? O que pensas dos ovos?* (perg. think)] - tempo 30 segundos -

**2º** - Fazer "**ancrage**" **cognitiva**, fazer "flip...flip", isto é, colagens sucessivas à informação já existente, criando conexões de segurança e compreensão, ex: [*dinossáurios: já viste uma lagartixa e um crocodilo? O que pensas dum crocodilo com tamanho e velocidade de um camião?* (perg. think)] - tempo 30 segundos -

3º - Construir uma teia de **compreensões sucessivas** desde o existente "**já aceite**" até ao "**ainda desconhecido**" e deve ter três condições:

3.1 - ser curto-rápido (short);

3.2 - ser concreto, "palpável";

3.3 - ser uma narrativa.

A narrativa é uma espécie de "simulador de voo" que contém **entretenimento e instrução**.

É a linha condutora que dá estrutura às partes, que transforma *uma manta de retalhos numa pintura*.

Desde a antiguidade que as histórias, parábolas, mitos são os veículos que divertindo dão instrução. Todos os guias, dos religiosos aos turísticos, o fazem. Na sua base existe uma espécie de conhecimento intuitivo dos neurónios espelho de [...*o corpo imitar o que está vendo...* \*].

\* - *Às vezes ver futebol na TV... faz dar pontapés no ar.*

Quando as crianças pedem uma história, na prática estão a dizer "**diverte-me e ensina-me o que sabes!**". A história da "Gata Borralheira" não é para divertir é para ensinar o papel social da mulher a ser doméstica, mas não por escravatura mas por amor... se pobre é doméstica na cabana, se rica é doméstica no palácio.

Tecnicamente, as histórias activam *neurónios espelho*. O ouvinte é passivo a nível dos neurónios, mas activo nos neurónios espelho pois ao visualizar a história está a incorporar sequências instrutoras.

Publicada por [Pincamentos](#) à(s) [17:05](#)



**Sem comentários:**

**Enviar um comentário**